

卓越服务及技能提升

课程背景：

客户是指使用你提供的产品和/或服务的个人或组织，从这个角度出发，无论企业内外，日常工作中我们无时不在提供客户服务；而服务的效果也最终影响了企业的成败。

在企业外部，提升客户满意度的重要部分是客户服务；在企业内部，应该加强沟通和协调，避免部门或个人利益至上，摒除服务理念的不到位，从而提供满意的服务水平给到客户；在企业强调服务至上，把服务作为核心竞争力的今天，增强全员的服务意识，提高服务水平，完善服务机制，是企业获得竞争优势的关键。

课程说明：

《卓越服务及技能提升》着重于全员服务意识的提升，而非仅仅是销售部门、客服部门的努力。同时也提供了服务的工具和方法。

该课程是专为提升企业（公司）人员的服务意识和行为而设计的课程，他从服务理念出发，注重不同时刻客户的需求点和期望值，通过有效的五步法，高效与准确地将自身的价值在与客户的交流过程中传递给客户，从而获取客户满意，赢得客户忠诚度。

课程收益：

《卓越服务及技能提升》可以帮助企业全体人员，理解全员服务的理念，掌握卓越服务的工具，具备提升客户满意度，赢得客户满意的能力。

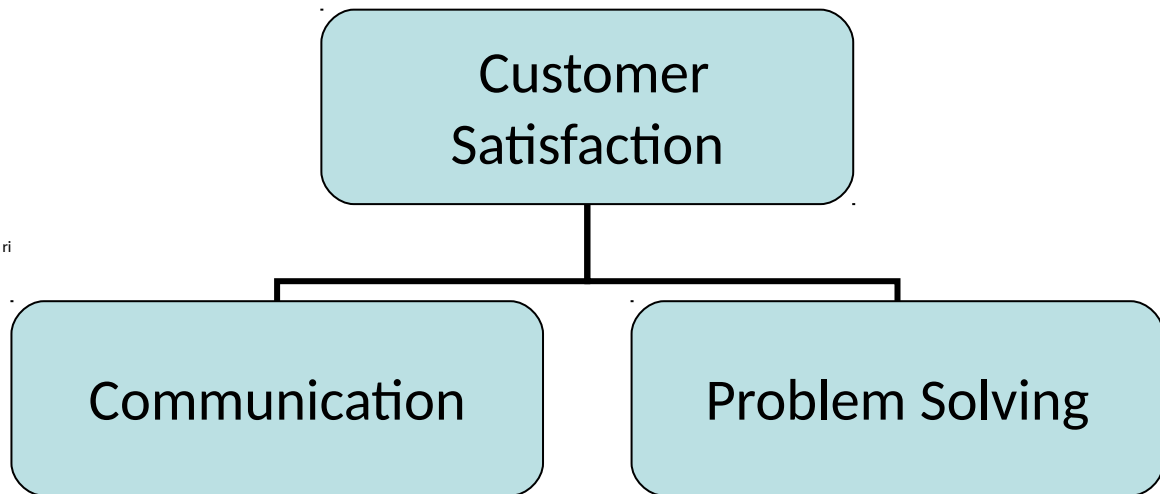
- ◆ 通过对“卓越服务”的深入理解，掌握企业为客户创造价值的关键时刻；
- ◆ 通过对“卓越服务”工具的掌握，有效运用卓越服务的核心技巧，从而能赢得客户满意，从而获取满意，赢得客户忠诚度；
- ◆ 建立内部客户和协调运作理念，有效提升客户满意度。

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：服务经理、销售经理、一线服务人员、一线销售人员
直接或间接与客户接触的其他服务人员或业务人员
公司所有支持部门的人员

课程方式：授课、视频、互动、小组练习、案例讨论等

课程模型：



课程大纲

前言：理解客户管理的内涵

一、什么是客户管理

1. 为什么要进行客户管理？
2. 客户管理的内涵
3. 客户管理的结果

二、客户经理的角色

1. 客户经理的任务
2. 客户经理的职责
3. 客户管理的发展

互动研讨：为什么要以客户为导向，从而实施客户管理；

三、客户分级分类管理

1. 客户进行分类分级
2. 制定相应的服务策略
3. 实施你的客户管理策略

第一讲：客户服务意识的提升

一、客户服务概念及满意度

1、关于客户服务

- 1) 谁是客户？外部客户 VS 内部客户
- 2) 谁是客服人员？公司内部的服务意识

2、客户满意度的来源

- 1) 交付的服务 VS 感知的服务
- 2) 客户满意度的来源

二、满意度标准和卓越服务的维度

3、客户服务的关键时刻

- 1) 关键时刻
- 2) 客户服务中的 MOT 点

4. 卓越客户服务的标准

- 1) 以客户为中心
- 2) 创造卓越的客户服务

5. 提升客户服务能力的两个维度

- 1) 沟通能力
- 2) 解决问题的能力

第二讲：卓越客户服务的旅程

一、职业化素养

1. 职业素养—良好的印象

- 1) 良好的姿势姿态
- 2) 基础的服务礼仪
- 3) 游戏：你心中的他/她

2. 职业素养—电话沟通技巧

- 1) 电话沟通的特点
- 2) 电话中的语音语调
- 3) 电话沟通用语

3. 职业素养—邮件/微信沟通技巧

- 1) 邮件沟通的特点
- 2) 微信沟通的特点
- 3) 邮件微信沟通注意事项

二、客服沟通能力

1. 客服沟通--倾听能力

- 1) 倾听的重要性
- 2) 倾听的技巧
- 3) 游戏：倾听中的重组

2. 客户沟通--提问能力

- 1) 问题的各种类型
- 2) 各种问题类型的优劣
- 3) 问题的组合运用及引导技巧

3. 客服沟通—表达技巧

- 1) 积极的表达词语
- 2) 有效组合积极表达
- 3) 如何应对客户的怒气

三、客服方案解决

4. 客服解决方案

- 1) 客户的需求分析
- 2) 把握客户关注点

4. 论证解决方案

- 1) 征询客户的建议
- 2) 论证你的解决方案

第三讲：完善你的客服能力

一、客服高级技巧

1. 客户技巧—拒绝客户

- 1) 对客户的尊重
- 2) 拒绝的理由
- 3) 备选方案

2. 客户技巧--说服技巧

- 1) 信任的建立
- 2) 客户需求的把握
- 3) 解决方案的论证
- 3. 客户技巧--结束技巧**
- 1) 感谢客户及其他
- 2) 后续跟踪

二、说服经典案例/游戏

1. 案例介绍及探讨

- 1) 背景介绍
- 2) 需求点把握
- 3) 提示

2. 说服游戏演练

- 1) 制订解决方案
- 2) 小组演示
- 3) 方案点评和探讨

第四部分：处理客户投诉和抱怨

一、化投诉和抱怨为机遇

1. 同理心的运用

- 1) 同理心特点
- 2) 同理心的运用

2. 提升客户满意度的 2 个维度

- 1) 提升客户感知
- 2) 有效控制客户期望值

3. 有效应对，寻找机遇

- 1) 客户的三大类反对意见
- 2) 不同意见的处理策略
- 3) 有效论证，获取客户认可

4. 找到再次销售的机会

5. 客户服务过程中的常见错误

- 1) 常见错误分析
- 2) 有效应对方法

第五讲：提升峰值体验，赢取客户忠诚度

一、提升客户体验的时机

1. 客户体验的峰终理论

- 1) 峰终理论的剖析
- 2) 实践的价值和意义

2. 打造峰值体验

- 1) 关注客户 MOT 时刻
- 2) 打造峰值体验

二、客户忠诚度和 NPS

1. 客户忠诚度

- 1) 客户忠诚的表现

2. 运用 NPS

- 1) 理解 NPS

2) 使用 NPS 作为目标

总结 理解本课程的各种要素

一、回顾本课程

1. 回顾如何进行卓越服务
2. 掌握建立客户忠诚度的方法

二、行动计划交流

1. 制定行动计划并交流
2. Q&A